

EXPUNERE DE MOTIVE

Persistența unui sever deficit de imagine a României, constatată în repetate rânduri, favorizează menținerea unui proces constant de erodare a reputației internaționale a țării noastre. Pentru eforturile de integrare europeană și de relansare economică, acest proces se dovedește un handicap major, inhibând fluxul de capital și investițiile în economia românească și limitând gradul de competitivitate al produselor românești.

Corectarea stereotipului de imagine negativă a României și promovarea imaginii reale a țării în exterior este un proces dificil în care atingerea obiectivelor strategice depinde de folosirea eficientă a mijloacelor specifice activității de relații publice și diplomației economice și culturale, susținute de resurse financiare adecvate.

Definirea jaloanelor unei campanii de relații publice pe termen scurt (2001-2002) și mediu (2002-2004), cu rezultate pozitive scontate, trebuie să se întemeieze pe coerența și corelarea eforturilor instituțiilor românești cu responsabilități în promovarea imaginii României, cum sunt Ministerul Afacerilor Externe, Ministerul Informațiilor Publice, Ministerul Integrării Europene, Ministerul Culturii și Cultelor, Ministerul Turismului, Ministerul Tineretului și Sportului, Fundația Culturală Română. O campanie de relații publice externe, cu un puternic accent ofensiv, având ca principali vectori oferta economică și cea culturală românească, trebuie să înglobeze și strategii focalizate pe probleme punctuale cu impact internațional considerabil (poluarea apelor, situația populației romă, situația copiilor instituționalizați etc).

Promovarea cu prioritate a interesului economic românesc trebuie susținută, așa cum o arată experiența altor state din zonă, de construirea și transmiterea unei imagini cu puternică forță de sugestie, purtătoare de mesaje complexe. Investiția în crearea și comunicarea imaginii țării este o investiție strategică, cu efecte considerabile în creșterea gradului de atractivitate pentru investiții și afaceri în România și pentru produsele și firmele românești pe piețele externe. Suportul financiar necesar susținerii acestei campanii este esențialmente un efort de tip public-privat, în care investițiile de efort și resurse trebuie privite ca inseparabile și interdependente pentru promovarea intereselor românești.

Constituirea unui fond special - "Fondul România" - destinat în exclusivitate finanțării campaniilor și proiectelor de promovare a imaginii României, plasează țara noastră într-o poziție comparabilă cu aceea a altor state aflate în diferite etape ale tranziției spre economia de piață (Ungaria alocă acestor activități cca.8 milioane dolari anual).

Fondul România este destinat promovării imaginii țării noastre în exterior, asigurând finanțarea programelor de prezentare a domeniilor importante ale vieții economice, sociale și culturale românești.

Fondul va avea ca surse de finanțare:

- o cotă de 1% care se plătește de către contribuabilii care au încasat printr-un cont bancar din România venituri în valută din exportul bunurilor realizate din activitatea proprie, direct sau prin contract de comision, precum și din prestări de servicii pentru partea din profitul impozabil care corespunde ponderii acestor venituri în volumul total al veniturilor (ex.: calculată la valoarea exportului din anul 2000, de cca. 10 miliarde dolari, cota destinată acestui fond ar fi de 6 milioane dolari). Această cotă este adițională celei prevăzute de art.7 alin. (1) din Ordonanța Guvernului nr.70/1994 privind impozitul pe profit, republicată, cu modificările și completările ulterioare.
- sponsorizări;
- donații;
- dobânzile aferente disponibilităților fondului;
- alte venituri dobândite în condițiile legii.

Programele și proiectele care urmează a fi finanțate din Fond vor fi aprobate de un Consiliu interministerial pentru imagine externă format din primul ministru – președinte al Consiliului, ministrul pentru coordonarea Secretariatului General al Guvernului – secretar executiv, ministrul afacerilor externe, ministrul informațiilor publice, ministrul integrării europene, ministrul culturii și cultelor, ministrul turismului, ministrul tineretului și sportului și președintele Fundației Culturale Române. În cadrul Consiliului interministerial pentru imagine externă funcționează Comisia de evaluare, formată din secretarii de stat cu atribuții în domeniul comunicare-imagine din ministerele participante, un secretar de stat din cadrul Secretariatului General al Guvernului și vice-președintele Fundației Culturale Române.

Proiectele evaluate de Comisia de evaluare în raport de criteriile stabilite prin Regulamentul de funcționare a Consiliului interministerial pentru imagine externă, sunt supuse de către secretarul executiv, spre aprobare, Consiliului interministerial.

Proiecte care pot primi finanțare din Fondul România:

- Proiecte de promovare a imaginii României realizate prin angajarea unor servicii specializate ale unor companii române și străine, urmând exemplul altor țări din Europa Centrală și de Est pentru care firme de relații publice au desfășurat, cu bune rezultate, campanii de publicitate;

- Realizarea, contra cost, a unor pagini de prezentare în cotidiene de notorietate din străinătate;
- Proiecte de prezentare economică a țării sau dedicate unor sectoare economice;
- Informări periodice destinate agențiilor de rating, băncilor de investiții, mediilor economice occidentale în general;
- Susținerea editării de material documentar cu tematici diverse (prezentare generală a țării, economie, turism, cultură) pe suporturi diferite (tipărituri, CD, casete video etc.);
- Organizarea de acțiuni comune cu grupuri de reflexie prestigioase din SUA și Europa pe teme de integrare europeană și euro-atlantică;
- Proiecte pentru programe culturale și de informare și investiții de echipamente informatice și de comunicare, vizând susținerea activității institutelor și centrelor culturale și de informare românești din străinătate existente în prezent, precum și a celor care se vor putea înființa în zone de interes, pe termen scurt și mediu;
- Proiecte de sprijinire a activității consulatelor onorifice și a asociațiilor comunităților românești;
- Sprijinirea apariției unor ziare și publicații ale comunităților românești din țările vecine și finanțarea unor programe de învățământ la distanță pentru tinerii de origine română din comunități românești de pretutindeni;
- Promovarea unor proiecte de anvergură prezentate în centre de interes politic (cicluri sub genericul "Festivalul/Anul/Luna/Săptămâna/Zilele României; mari evenimente aniversare realizate în colaborare de Ministerul Afacerilor Externe, Ministerul Informațiilor Publice, Ministerul Culturii și Cultelor, Fundația Culturală Română, Ministerul Turismului, Ministerul Tineretului și Sportului; manifestări culturale complementare pentru reuniuni politice, diplomatice, economice internaționale din țară și din străinătate; participări la expoziții mondiale; candidaturi românești pentru Capitala Europeană a Culturii);
- Realizarea și amplasarea în străinătate a unor monumente care omagiază personalități și evenimente românești.

Față de cele prezentate mai sus, a fost întocmit proiectul de lege anexat, în vederea aprobării Ordonanței de urgență privind constituirea și utilizarea Fondului România, pe care îl supunem Parlamentului spre adoptare.

